

PRESSEMITTEILUNG

**1,3 Mio. Tonnen Werbesendungen landen jährlich in den deutschen Briefkästen
Mehr als die Hälfte wandert ungelesen in den Müll**

Hamburg, 05. März 2009. Ca. 1,3 Mio. Tonnen Werbesendungen landen jährlich in den Briefkästen der Bundesbürger, dies ergibt eine Analyse der JOM Jäschke Operational Media, Hamburg. Das entspricht einer Menge von ungefähr 2,4 Kilogramm pro Haushalt im Monat. Zum Vergleich: Der jährliche Gesamtverbrauch an Papier beläuft sich in Deutschland auf rund 21 Mio. Tonnen, so dass die Werbesendungen auf einen Anteil von etwa 6 Prozent kommen.

Die ökologischen Konsequenzen der prall gefüllten deutschen Postkästen sind katastrophal. Was viele nicht wissen: Zur Herstellung einer Tonne Papier wird dieselbe Menge an Energie benötigt, die für die Herstellung einer Tonne Stahl erforderlich ist. Auch unter Berücksichtigung der üblichen Altpapier-Einsatzquote ist der Ressourcen-Aufwand für die Werbesendungen immens. So müssen für die ca. 1,3 Mio. Tonnen Papier der Werbemittel rund 4,8 Mrd. KWh Strom eingesetzt werden. Die Herstellung verschlingt des weiteren 75 Mrd. Liter Wasser und führt zu einem CO₂-Ausstoß von 1,38 Mio. Tonnen. Zum Vergleich: Ein durchschnittlicher PKW stößt pro Jahr ca. 1,65 Tonnen CO₂ aus.

Die voll-, teil- und unadressierten Werbesendungen – hierzu zählen Flyer, Wurfzettel, Prospekte, Kataloge, Werbepostkarten und Werbebriefe – sind vielen Bürgern mittlerweile durchaus ein Dorn im Auge. „Die Zahl der Werbeverweigerer hat sich in den vergangenen Jahren in Deutschland auf einen Anteil von 20 Prozent erhöht. In vielen Großstädten liegt der Wert bei bis zu 50 Prozent.“, so JOM-Chef Michael Jäschke. Diese Haltung dürfte häufig auch ökologisch motiviert sein.

Denn der Produktion fällt außerdem eine Menge von knapp zwei Mio. Tonnen Holz zum Opfer. Das entspricht einer Fläche von über 9.000 Hektar Wald oder auch 13.000 Fußballplätzen. „Nicht nur unter ökologischen Aspekten erscheinen Werbesendungen fragwürdig, auch aus ökonomischer Sicht existieren heute wesentlich effizientere Alternativen. Unternehmen, die zu Recht das Thema „Nachhaltigkeit“ für sich besetzten, sind gut beraten, auch ihre Marketingmaßnahmen dahingehend zu überprüfen“, gibt Agentur-Chef Michael Jäschke zu bedenken.

Für Rückfragen:
Daniela Beckmann
JOM Jäschke Operational Media GmbH
Tel. 040-27822-0
Email: daniela.beckmann@jomhh.de



JOM Jäschke Operational Media GmbH
Am Kaiserkai 10 | 20457 Hamburg
T 040 | 278 22-0 | F 278 22-100
www.jomhh.de

AG Hamburg HRB 64085
Geschäftsführer | Michael Jäschke,
Anja Kastner, Henning Ehlert



JOM com GmbH
Am Kaiserkai 10 | 20457 Hamburg
T 040 | 411 722-0 | F 411 722-70
www.jom-com.de

AG Hamburg HRB 87710
Geschäftsführer | Michael Jäschke,
Anja Kastner, Henning Ehlert

Sitz der Gesellschaften | Hamburg